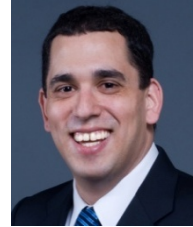


מכון ציגלמן

אסטרטגיה * שיווק * ליווי עסקי

חוג לימוד אקדמי חדש: ניתן לבדוק מראש את כדאיות ההקמה

בחינה מוקדמת של הביקוש לחוג חדש מאפשרת הקצאה מיטבית של משאבים



רו"ח אהוד ציגלמן

בענפי המשק העסקיים נהוג לבחון כדאיות השקעות חדשות באמצעות עריכת תחזית לביקוש אותן החברה צפויה לשרת, והשוואתו לעלויות ההשקעה. בחינה כזאת נעשית באמצעות מחקר שוק בו אומדים את כוונות הקניה של הלקוחות הפוטנציאליים. מחקר השוק כולל ניתוח המעביר מכוונות קניה של המרוויינים במדגם לתחזית מכירה בפועל, של כלל האוכלוסייה, אשר מתוכה הוצא אותו מדגם.

באופן דומה ניתן לבחון כדאיות ההקמה של חוג לימודים אקדמי חדש. בחינה כזאת, עוד טרם הקמת החוג החדש, תייעל את הקצאת המשאבים של המוסד האקדמי ושל המל"ג. הדבר נכון בייחוד, מכיוון והעלויות הכרוכות בהקמת חוג לימוד חדש הינן גדולות, וכוללות גיוס סגל, בינוי של כיתות לימוד, וגם מסע פרסום.

במסגרת בחינת הכדאיות של הקמת חוג לימוד חדש, נאסף מידע מהלקוחות הפוטנציאליים בשוק, הם התלמידים, אודות כוונות הקניה שלהם. באמצעות ניתוח של הביקוש, נערכת תחזית המכירות. אלו הן מכירות, אשר תושגנה בהינתן חשיפה של כלל אוכלוסיית הלקוחות הפוטנציאליים, הדומה לחשיפה לה זכו המרוויינים במהלכו של מחקר השוק.

בחינת כדאיות ההקמה של חוג לימודים חדש מתבססת על ההנחה, כי מועמדים ללימודים, שהם הלקוחות הפוטנציאליים של המוסד להשכלה גבוהה, מבצעים שתי בחירות מרכזיות: הראשונה היא בחירה בחוג הלימוד בו הם מעוניינים ללמוד, והשנייה היא בחירה במוסד הלימוד בו הם מעוניינים ללמוד.

לאור ההנחה לעיל, בחינת הביקוש, נעשית בשני מישורים: המישור הראשון הוא הביקוש של תלמידים הלומדים כבר כיום במוסדות אחרים להשכלה גבוהה בחוג דומה לחוג אשר כדאיות הקמתו נבחנת. בעבור מכללה יבחנו כל המוסדות באזור הגיאוגרפי, ובעבור אוניברסיטה יבחנו שאר האוניברסיטאות בארץ. המישור השני הוא הביקוש של תלמידים הלומדים בחוגי לימוד אחרים באותו המוסד השוקל להקים חוג לימוד חדש (קאנבליזאציה). חיבור שני הביקושים לעיל יתן את תחזית המכירות, אשר תושג לאחר שתי שנות שיווק שיטתי של חוג הלימוד האקדמי החדש. שתי שנות השיווק מתבסשות, מכיוון ורק לאחר חשיפה משמעותית של החוג החדש, צפויים להירשם אליו תלמידים.

מכון ציגלמן

אסטרטגיה * שיווק * ליווי עסקי

המישור הראשון יכול להיות של תלמידים הלומדים כבר כיום במוסדות אחרים להשכלה גבוהה, בחוג הדומה לחוג אשר כדאיות הקמתו נבחנת, לדוגמה בחוג לכלכלה. תלמידים אלה ירואיינו אודות רצונם התיאורטי להירשם לחוג הנבחן במוסד השוקל את הקמת החוג החדש, ביום הרישום שלהם ללימודים, אילו היה מוצע להם החוג הנבחן. אלו הן כוונות הקניה המייצגות את רצונם של תלמידי החוג הדומה במוסד האחר. כוונות קניה אלה מוכפלות במקדם מעבר לתחזית קניה בפועל. בדרך חישוב זו, כאשר ידוע כמה תלמידים נרשמים מדי שנה למוסד האחר, ניתן לחלץ כמה תלמידים צפויים להירשם בשנה לחוג החדש הנבחן, במקום ללמוד בחוג הדומה במוסד האחר.

המישור השני יכול להיות של תלמידי המוסד הבוחן את הקמת החוג החדש. ראיון כזה, הנעשה בקרב תלמידי המוסד עצמו, יציף את הביקוש של תלמידים, אשר החליטו בראש וראשונה על זהות המוסד בו ילמדו, ורק לאחר מכן התייחסו לבחירה בחוג הלימוד המסוים. גם כוונות הקניה של תלמידים אלה מוכפלות במקדם מעבר (אחר) כדי לקבל תחזית קניה בפועל. כעת, ניתן לראות את הקאניבליזציה אותה תיצור הצעת חוג הלימודים החדש. הרי, החוג החדש צפוי להקטין כמות התלמידים החדשים הנרשמים לשנה א' בחוגים הקיימים. אלו היו יכולים להיות תלמידי החוגים הקיימים, אשר המכירה להם הווחית ביותר, מכיוון ובחוגים הקיימים מרבית ההוצאות מבוצעות ללא קשר לתלמיד השולי, דבר שמביא לכך שאובדן ההכנסה הצפוי למוסד מקאניבליזציה הינו משמעותי.

תחזית המכירה הכוללת לתלמידי שנה א' חדשים בחוג הנבחן מתקבלת מחיבור של תחזית המכירה לתלמידי חוגים דומים במוסדות אחרים עם תחזית המכירה לתלמידי חוגים אחרים במוסד השוקל את הקמת החוג החדש. זוהי תחזית המותנית בשתי שנות שיווק שיטתי של החוג החדש, בהיקף כזה אשר יביא לחשיפתו בפני כל אחד מהפרטים באוכלוסיית התלמידים הפוטנציאליים, במידה דומה לחשיפה לה זכו המרואיינים במחקר – כחמש דקות איכותיות.

במאמר זה ראינו, כי ניתן לבחון את כדאיות ההקמה של חוג לימוד חדש, עוד טרם הקמתו, ובכך לייעל את השימוש במשאבים המוקצים לפעילות זאת.

המאמר פורסם באתר האינטרנט של המועצה להשכלה גבוהה בחודש יולי 2009

רו"ח אהוד ציגלמן, הוא מנהל את מחלקת האסטרטגיה במכון ציגלמן המתמחה בתחום ההשכלה הגבוהה
ehud@ziegelman.co.il

תגיות: מכון ציגלמן, אהוד ציגלמן, חינוך, משרד החינוך, תקציב, בדיקת כדאיות, כדאיות הקמת חוג חדש, השכלה גבוהה, מל"ג ות"ת, פתיחת חוג חדש, פתיחת חוג לימוד חדש, מכללה, מיכללה, מכללות, מיכללות, אוניברסיטה, אוניברסיטאות,

Ehud Ziegelman, Ziegelman Institute, Education, Universities